

学校编码: 10384
学号: 17820061151403

分类号__密级____
UDC____

厦门大学

硕 士 学 位 论 文

饭店管理者心理契约对其企业文化的
影响机制研究

Study on Influential Mechanism of Hotel Manager's
Psychological Contract to its Corporate Culture

李 芳

指导教师姓名: 林 璧 属 教 授

专 业 名 称: 旅 游 管 理

论文提交日期: 2009 年 4 月

论文答辩时间: 2009 年 月

学位授予日期: 2009 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2009 年 4 月

饭店管理者心理契约对其企业文化的影响机制研究

李芳

指导教师: 林璧属教授

厦门大学

厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。

2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

摘 要

心理契约的研究是近几年组织研究的新热点。由于心理契约和企业文化具有共同的心理基础,这使得学者们越来越关注将心理契约的理论应用于企业文化的研究中。但是,已有的心理契约研究文献很少分析心理契约与企业文化的关系特别是心理契约对企业文化的影响,很少分析管理者特别是高层管理者的心理契约。因此本文试图将心理契约和企业文化这两条线索联系起来,从心理契约的角度研究饭店管理者对其企业文化的影响机制。通过对饭店管理者心理契约进行系统的研究,分析饭店管理者心理契约的状况,探讨饭店管理者的心理契约如何对其企业文化产生影响。

本文首先在借鉴前人优秀研究成果的基础上,从不同角度分析企业文化和心理契约的关系,其中着重探讨了饭店管理者心理契约如何对企业文化产生影响,在理论分析的基础上形成饭店管理者心理契约对企业文化的影响模型。然后,根据实证分析的可行性,提出相关假设及饭店管理者心理契约对企业制度文化和行为文化影响的假设模型,并进行实证分析,得出相关结论。最后根据理论分析和统计分析的相关结论,修正和完善了饭店管理者心理契约对其企业文化的影响模型,并对饭店企业文化的建设提出了一些自己的建议,希望可以为饭店建设有竞争力的企业文化提供借鉴和对策。

本文的研究,一方面拓展了心理契约和企业文化两个研究领域的理论关联,扩大了研究的视角,为多角度分析和加强企业文化的建设提供了依据,另一方面可以为现实中饭店企业文化的形成和建设提供新的思路。

关键词: 饭店文化; 心理契约; 影响机制

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

There has been a big growth in interest in the psychological contract research in recent years. Psychological contract and corporate culture have a common psychological foundation, so scholars pay more attention in the field that psychological contract theory applied to the study of corporate culture. However, the available documents of psychological contract seldom can analyze the psychological contract of managers, especially the top managers', the same as the relationship of the psychological and the corporate culture or the impact of the psychological contract to corporate culture. Therefore the article begins by trying to link the two clues of psychological contract and corporate culture, to study the impact of hotel managers on the mechanism of corporate culture from the perspective of psychological contract. To analyze the type of hotel managers' psychological contract, and explore how the hotel managers' psychological contract influence the corporate culture through systematic research of the psychological contract of the hotel managers.

First of all, the topic of this study is based on the learning of predecessors in the outstanding research achievements, which analyses the relationship between corporate culture and psychological contract. That focused on how the hotel managers' psychological contract impact the corporate culture, as well as how the theory analysis on the format and the model of hotel managers' psychological contract to the corporate culture. Then, according to the feasibility of empirical analysis, it gives the relevant assumptions and hotel managers' psychological contract on the enterprise culture and behaviors of the hypothetical model of cultural influences, analysis, and draw conclusion. Finally, it alters the psychological contract mode of the hotel managers based on the relevant conclusions. Also it provides series of proposal which are helpful to the hotel corporate culture construction.

On one hand, the study expands the theory relationship in the two research areas as well as the research perspective of analysis in order to strengthen the building of corporate culture basically. On the other hand, the study could provide new ideas for the hotel enterprise culture and the construction of the formation.

Key Words: Hotel Corporate Culture; Psychological Contract; Influential Mechanism

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究意义和方法	2
第三节 研究内容和结构	3
第二章 文献综述	6
第一节 企业文化研究综述	6
一、国外企业文化研究综述	6
二、国内企业文化研究综述	8
第二节 心理契约研究综述	9
一、国外心理契约研究综述	9
二、国内心理契约研究综述	12
第三节 企业文化与心理契约关系的研究综述	14
第三章 饭店企业文化和心理契约	18
第一节 饭店企业文化的内涵和特点	18
一、内涵	18
二、饭店企业文化的特点	20
第二节 饭店企业文化的影响因素	21
第三节 饭店企业文化和心理契约的关系	24
一、从心理契约角度分析企业文化	24
二、心理契约的特点对饭店企业文化的影响	25
三、企业文化与心理契约的互动关系	26
第四节 饭店管理者心理契约对其企业文化的影响	28
第四章 研究设计	34
第一节 研究对象和方法	34
第二节 研究问题和假设	35
第三节 研究中涉及的相关变量和术语	35
第四节 研究问卷的设计	38
第五节 模型假设	40
第五章 统计分析	41
第一节 信度分析	41

第二节 描述性统计分析	42
一、样本资料描述性统计	42
二、各研究变量的描述性统计	43
第三节 人口统计变量对各研究变量的差异性分析	44
一、基于性别的差异分析	44
二、基于年龄、工龄的差异分析	45
三、基于学历的差异分析	45
四、基于职位等级的差异分析	46
第四节 相关分析和偏相关分析	47
一、心理契约、心理契约违背和领导风格的相关性分析和偏相关性分析	48
二、心理契约、心理契约违背与 EVNL 行为的相关性分析和偏相关性分析	49
第五节 回归分析	50
一、心理契约和领导风格之间的回归分析	50
二、心理契约违背和管理者 EVNL 行为之间的回归分析	51
第六节 企业文化量表的因子分析	54
第六章 结论与启示	55
第一节 研究结论	55
第二节 对饭店企业的建议	57
第三节 研究的主要创新点、不足和展望	59
一、主要创新点	59
二、不足	60
三、展望	60
附 录	62
参考文献	65
致 谢	68

CONTENTS

Chapter 1 Introduction.....	1
Section 1 Research Background.....	1
Section 2 Research Significance and Research method.....	2
Section 3 Research content and Research Structure.....	3
Chapter 2 Review of the Literature.....	6
Section1 Summary of the Research on Corporate Culture.....	6
Part 1 The Summary of Foreign Research on Corporate Culture.....	6
Part 2 The Summary of Domestic Research on Corporate Culture.....	8
Section 2 Summary of the Research on Psychological Contract.....	9
Part 1 The Summary of Foreign Research on Psychological Contract.....	9
Part 2 The Summary of Domestic Research on Psychological Contract.....	12
Section3 Summary of the Research on the Relationship of Corporate Culture and Psychological Contract.....	14
Chapter 3 Hotel Corporate Culture and Psychological Contract.....	18
Section 1 The Connotation and Characteristics of Hotel corporate culture....	18
Part 1 Connotation.....	18
Part 2 The Characteristics of Hotel corporate culture.....	20
Section 2 The Factors of Impacting Hotel corporate culture.....	21
Section3 The Relationship of Hotel Corporate Culture and Psychological Contract.....	24
Part 1 Analyze Corporate Culture from the Perspective of Psychological Contract.....	24
Part 2 The Impact on hotel corporate culture from the Psychological Contract.....	25
Part 3 The Relationship between Psychological Contract and Corporate Culture.....	26
Section4 The Impact of Hotel Manager on Corporate Culture from the Perspective of Psychological Contract.....	28
Chapter 4 Research Design.....	34
Section 1 Research Subjects and Research Methods.....	34
Section 2 Research Questions and Research Assumptions.....	35
Section 3 Relevant Variables and Terms in Research.....	35
Section 4 Design of Research Questionnaire.....	38

Section5 The Assumptions of Model	40
Chapter 5 Statistical Analysis	41
Section1 Reliability Analysis	41
Section2 Descriptive Statistical Analysis	42
Part 1 Descriptive Statistics of Sample Data.....	42
Part 2 Descriptive Statistics of Research variables	43
Section3 Difference Analysis of Research Variables from the Perspective of Demographic Variables	44
Part 1 Difference Analysis based on Gender.....	44
Part 2 Difference Analysis based on Age and Working Years.....	45
Part 3 Difference Analysis based on Education.....	45
Part 4 Difference Analysis based on Rank.....	46
Section4 Correlation Analysis and Partial Correlation Analysis	47
Part 1 Correlation Analysis and artial correlation analysis of Psychological Contract, Psychological Contract Violation and Leadership Style.....	48
Part 2 Correlation Analysis and Partial Correlation analysis of Psychological Contract, Psychological Contract Violation and EVNL behavior.....	49
Section 5 Regression Analysis	50
Part 1 Regression Analysis of Psychological Contract and Leadership Style....	50
Part 2 Regression Analysis of Psychological Contract Violation and EVNL behavior.....	51
Section 6 Factor Analysis of Corporate Culture	54
Chapter 6 Conclusions and Inspiration	55
Section 1 Research Conclusion	55
Section 2 Recommendations to the Hotel	57
Section 3 Main Innovation, Limitation and Further Direction	59
Part 1 Main Innovation.....	59
Part 2 Limitation.....	60
Part 3 Further Direction.....	60
Appendix	62
Reference	65
Acknowledgements	68

第一章 绪论

第一节 研究背景

21 世纪是文化管理时代，是文化致富时代，企业文化成为现代企业经营管理的根本方式，是企业的核心竞争力所在，是企业管理的最重要内容。时至今日，几乎没有企业在管理实践中忽视企业文化的重要性。可以说，企业文化已成为 21 世纪企业的核心竞争力，优秀的企业文化能保障企业在激烈地竞争中立于不败之地。

企业文化凭借其强大的竞争力，不仅在制造业中绽放光芒，在服务业中也逐步显示出其不可替代的作用。我国饭店业在面对激烈的国内外竞争的形势下，亟需借助企业文化提升饭店的核心竞争力。不可否认，改革开放二十多年以来，我国饭店业有了极大的发展，无论是行业规模，设备设施档次，还是经营管理理念、服务水平等都有了长足的进步，形成了一批优秀的具有一定品牌知名度的饭店集团和单体饭店。然而伴随着发展，我国饭店业在经营中暴露出了许多问题，与国际知名品牌饭店相比，尚存在不小的差距。而造成这种差距的主要原因之一就是饭店企业文化的建设问题。为了建设优秀的饭店企业文化，我们必须首先了解哪些因素会影响饭店的企业文化建设。对于这些影响因素，我们除了要全方面地把握之外，还要抓住重点和关键点。许多研究表明，在企业文化的形成过程中，企业家的创业意识、经营思想、工作作风、管理风格，与其意志、胆量、魄力、品格等起着关键的作用；在企业文化的建设过程中，管理者的特质、个人魅力、工作风格和经营哲学等会对其产生重大影响。因此，本文从影响饭店文化建设的关键因素——管理者的角度出发，探讨管理者对企业文化建设的影响机制。

另一方面，近些年来对企业文化的研究已经不仅仅局限于管理和经济的角度。随着系统科学、计算机科学、人类学、心理学等相关学科的发展，企业文化研究借用并整合了其他学科的相关概念和理论。由于企业文化具有明显的心理基础，所以心理学的相关理论与企业文化的结合已成为一大研究趋势。其中，心理学中心理契约(Psychological Contract)理论在解释当今雇佣关系变化方面的作用

日趋突出,员工与组织间的心理契约得到了管理学界的重视,学者们对心理契约的研究开始兴盛起来。心理契约的理论被广泛应用于组织绩效、行为科学、激励机制和薪酬设计等方面的研究中。由于心理契约和企业文化具有共同的心理基础,这使得学者们越来越关注将心理契约的理论应用于企业文化的研究中。随着组织文化的发展变化,构建、维持与之相适应的心理契约会大大提高组织效率和工作满意度,会使企业文化朝着“强文化”的方向前进。

虽然心理契约在企业文化的研究中有巨大的理论和现实意义,但是总体看来,目前心理契约的研究和企业文化的研究是走了分离的两条线索。因此,本文试图将“心理契约”和“企业文化”这两条研究线索合二为一,从崭新的角度即心理契约的角度来研究饭店管理者对其企业文化的影响。

第二节 研究意义和方法

已有的心理契约研究较多地侧重于研究普通员工与组织间的微妙关系,侧重于研究心理契约与组织绩效、行为科学、激励机制之间的关系,很少分析组织核心人物——管理者的心理契约,很少分析心理契约与企业文化之间的关系。因此,本文试图在借鉴前人研究成果的基础上,借助统计分析软件,分析饭店管理者心理契约对其企业文化的影响,至少具有以下几方面意义:

- 1、从一个新的视角——心理契约的角度研究饭店企业文化,将心理契约理论的研究成果运用到企业文化的研究中,丰富和发展了心理契约理论和企业文化理论。

- 2、从心理契约角度研究饭店管理者对其企业文化建设产生的影响,通过对饭店管理者心理契约进行系统的研究,分析饭店管理者心理契约的状况,探讨饭店管理者心理契约对其企业文化产生影响的机理,为引导饭店建设有竞争力的企业文化提供相关建议。

- 3、把饭店管理者作为一个特定的组织群体来研究,从管理者心理契约维护和改善的角度来考虑企业文化的建设,为现实中企业文化的建设提供新的思路。

为了达到预期的研究目标,本文主要采用以下方法进行研究:

- 1、文献归纳法。通过大量阅读文献,尤其是对研究企业文化和心理契约关

系方面的相关文献的阅读,吸收、借鉴国内外理论研究和实践成果,发现研究中存在的空白点及可行性,提出本文的研究方向和研究内容。

2、实证研究法。通过问卷的设计和发放,在厦门和温州地区做实证调查。问卷回收之后,利用 SPSS13.0 统计软件,通过信度分析来判断各变量的内部一致性,通过相关分析、回归分析、因子分析等分析方法来检验各因素之间的相关程度,以验证假设是否成立。

3、理论与实证研究相结合的方法。本文始终把理论研究方法 with 实证研究方法密切结合。通过文献回顾,了解国内外与本论文研究相关的企业文化、心理契约、企业文化与心理契约的关系等研究进展,并以此为基础,形成本文的研究思路和研究假设,展开实证调查和分析,完善饭店管理者心理契约对其企业文化的影响模型。

4、定性分析和定量分析相结合的方法。饭店管理者心理契约对其企业文化的影响是一个极其复杂的系统工程,它涉及到众多因素和纷繁复杂的联系。因此,要深刻揭示饭店管理者心理契约对其企业文化的影响机制绝非易事。一方面,对星级饭店的管理者进行问卷调查与访谈,通过对调查结果数据的处理和定量分析,使得研究结果更具说服力。另一方面,将影响机制中不能定量或精确量化的因素,进行定性分析,减少定量分析的复杂性。定性分析和定量分析的结合,往往能得到对研究内容更清晰的认识。

第三节 研究内容和结构

全文分为六章。研究的逻辑思路和结构安排如图 1-1 所示。

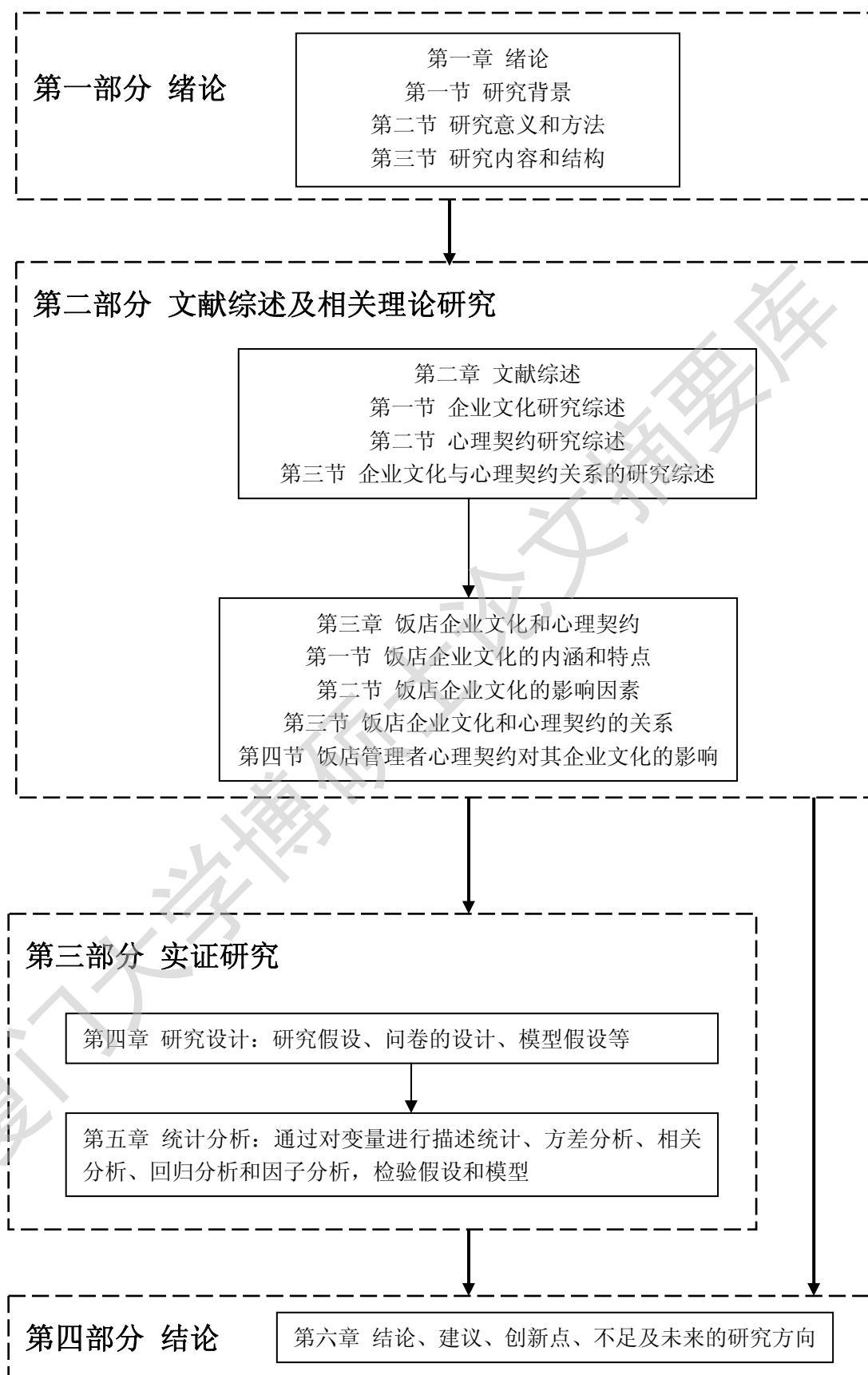


图 1-1 论文的研究思路图

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库